



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2010

Relevant was Werte und Normen betrifft: Public Value von TV-Unterhaltung in Klein- und Großstaaten

von Rimscha, M Bjørn ; De Acevedo, Miriam ; Puppis, Manuel

Abstract: Der Begriff Public Value soll den Auftrag des öffentlichen Fernsehens umschreiben und seine Finanzierung legitimieren. Eine begriffliche Unschärfe führt jedoch zu Problemen der Messbarkeit und unterschiedlichen Instrumentalisierungen. Der vorliegende Beitrag greift die aktuelle Diskussion auf und fokussiert nach einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Begriff auf den Public Value von Unterhaltungssendungen. In einer explorativen Studie basierend auf 25 Interviews im deutschsprachigen Raum wird der Frage nachgegangen, inwiefern sich die Orientierung an einem Public Value im Handeln von Redakteuren zwischen öffentlichen und kommerziellen Sendern unterscheidet. Zwar zeigt sich bei Redakteuren von Public Service Sendern ein größeres Verantwortungsbewusstsein, aus einer Industrieperspektive wird die Public Value Orientierung jedoch von kleinstaatlichen Strukturmerkmalen überlagert.

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-38882>

Journal Article

Other

Originally published at:

von Rimscha, M Bjørn; De Acevedo, Miriam; Puppis, Manuel (2010). Relevant was Werte und Normen betrifft: Public Value von TV-Unterhaltung in Klein- und Großstaaten. *Medien Journal*, (2):3-14.

„Relevant was Werte und Normen betrifft“- Public Value von TV-Unterhaltung in Klein- und Großstaaten

M. Bjørn von Rimscha, Miriam De Acevedo, Manuel Puppis

1 Abstract Deutsch

Der Begriff Public Value soll den Auftrag des öffentlichen Fernsehens umschreiben und seine Finanzierung legitimieren. Eine begriffliche Unschärfe führt jedoch zu Problemen der Messbarkeit und unterschiedlichen Instrumentalisierungen. Der vorliegende Beitrag greift die aktuelle Diskussion auf und fokussiert nach einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Begriff auf den Public Value von Unterhaltungssendungen. In einer explorativen Studie basierend auf 25 Interviews im deutschsprachigen Raum wird der Frage nachgegangen, inwiefern sich die Orientierung an einem Public Value im Handeln von Redakteuren zwischen öffentlichen und kommerziellen Sendern unterscheidet. Zwar zeigt sich bei Redakteuren von Public Service Sendern ein größeres Verantwortungsbewusstsein, aus einer Industrieperspektive wird die Public Value Orientierung jedoch von kleinstaatlichen Strukturmerkmalen überlagert.